

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA
UNIR – *CAMPUS* CACOAL
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

THIÁLITA RIBEIRO JUSTO

**NÍVEL DE SERVIÇO LOGÍSTICO DOS CORREIOS NA PERCEPÇÃO
DOS CLIENTES DA AGÊNCIA DE PIMENTA BUENO/RO**

**Trabalho de Conclusão de Curso
Artigo**

**Cacoal
2008**

THIÁLITA RIBEIRO JUSTO

**NÍVEL DE SERVIÇO LOGÍSTICO DOS CORREIOS NA PERCEPÇÃO
DOS CLIENTES DA AGÊNCIA PIMENTA BUENO/RO**

Artigo apresentado à Fundação Universidade Federal de Rondônia, *Campus* Cacoal, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. MS. Geraldo Luiz Francisco da Silva

Cacoal
2008

NÍVEL DE SERVIÇO LOGÍSTICO DOS CORREIOS NA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES DA AGÊNCIA DE PIMENTA BUENO/RO

Por

THIÁLITA RIBEIRO JUSTO

**Artigo apresentado à Fundação
Universidade Federal de Rondônia, *Campus*
Cacoal, Curso de Administração, para
obtenção do grau de Bacharel em
Administração, mediante a Banca
Examinadora, formada por:**

Presidente

Prof. MS. Geraldo Luiz Francisco da Silva / Orientador-UNIR

Membro

Prof. Esp. Clodoaldo de Oliveira Freitas

Membro

Prof. Esp. Cleberson Eller Loose

**Cacoal
2008**

AGRADECIMENTO

A DEUS por toda bênção e luz concedida em minha vida, ajudando a compreender os tropeços do caminho e dando força para prosseguir sempre.

A meus pais Paulo e Rosangela, por ensinar a importância do estudo e que me dedicasse verdadeiramente a ele.

A meu esposo Wesley por toda dedicação a realização da minha Felicidade.

A meu Filho Pedro por trazer razão maior a minha existência.

DEDICATÓRIA

A meu esposo Wesley, por todo carinho, incentivo e paciência. Meu filho Pedro, pela compreensão da minha ausência.

NÍVEL DE SERVIÇO LOGÍSTICO DOS CORREIOS NA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES DA AGÊNCIA DE PIMENTA BUENO/RO

Thiálita Ribeiro Justo¹

RESUMO

O nível de serviço logístico trata-se da qualidade do fluxo de gerenciamento da logística e tem como objetivo avaliar o desempenho dos serviços que estão agregados ao serviço logístico principal. O serviço logístico divide-se em elementos de pré-transação, transação e pós-transação. Avaliar o nível em que estes serviços são oferecidos, determina o grau de satisfação do cliente com a empresa prestadora do serviço. Para o desenvolvimento da pesquisa foram utilizados procedimentos metodológicos como estudo bibliográfico para embasamento teórico. O método de abordagem científica foi o indutivo e a técnica para a pesquisa foi a utilização de questionários. A pesquisa foi de caráter descritivo e quantitativo. O presente artigo teve como objetivo avaliar o nível de serviço logístico oferecido pelos Correios na percepção dos clientes da agência de Pimenta Bueno/RO. Verificou-se que o nível desses serviços oferecidos pela Empresa dos Correios, na percepção dos clientes deste município é considerado elevado com uma porcentagem de 66% que consideraram de forma geral, como sendo bom o processo de pré-transação, 78% para o processo de transação e 68% o de pós-transação na avaliação do fluxo logístico.

Palavras-chave: Logística. Níveis de Serviços. Correios

INTRODUÇÃO

O termo “Logística” surgiu com as operações militares, por volta da Segunda Guerra Mundial. De forma geral, Logística é hoje uma ferramenta que otimiza a administração. Ela agrega valor de lugar, tempo, qualidade e informação. Controla o fluxo das atividades básicas: de aquisição, movimentação, armazenagem e entrega de produtos. Porém, não basta mais apenas manter o fluxo logístico. É preciso ter um alto nível nos serviços logísticos que são oferecidos, ou seja, a qualidade em todo o fluxo de gerenciamento da logística.

O objeto deste artigo trata-se de operações logísticas de um prestador de serviço logístico, os Correios. A empresa Brasileira de Correios de Telégrafos (ECT) realiza atividades logísticas, tanto como processo, quanto como produto. Utiliza a logística para prestar serviços de coleta e entrega de correspondências e encomendas, e também é seu produto, pois a empresa oferece sua competência logística àquelas empresas interessadas em solucionar questões de fluxo de materiais e informações.

¹ Graduanda em administração pela Fundação Universidade Federal de Rondônia, *Campus* Cacoal, sob a orientação do Professor MS. Geraldo Luiz F. da Silva.

A pesquisa deste artigo apresenta-se com o seguinte problema a ser respondido no decorrer desse trabalho: Como os clientes da agência de Pimenta Bueno/RO avaliam o nível dos serviços logísticos oferecidos pelos Correios?

Essa será a razão deste artigo, que busca apresentar a resposta desse questionamento. A pesquisa proposta foi aplicada na Agência dos Correios de Pimenta Bueno/RO.

Este trabalho foi realizado, após perceber que não basta apenas realizar as atividades logísticas, para ser competitivo é preciso ter um elevado nível na prestação desses serviços logísticos. O nível de serviço logístico é fundamental para assegurar a fidelidade dos clientes, pois agrega valores ao processo logístico e o consumidor cada vez mais dá importância aos serviços agregados, e com isso o alto nível de serviço torna-se essencial para a satisfação dos clientes.

O presente artigo tem como objetivo geral avaliar o nível de serviços logísticos oferecidos pelos correios, na perspectiva dos clientes da agência de Pimenta Bueno/RO. Já os objetivos específicos tratam de classificar os serviços logísticos essenciais como sendo de pré-transação, transação e pós-transação; descobrir em que parte do processo se localizam as satisfações e insatisfações dos clientes; como que o baixo desempenho de determinado elemento do nível de serviço pode comprometer todo o processo logístico; determinar o nível de cada elemento dos serviços logísticos dos correios.

A pesquisa será objetivamente de caráter descritivo, cuja abordagem se dá na forma quantitativa, com coleta de dados através de questionários, além da coleta documental e bibliográfica, para avaliar a situação do nível de serviço logístico dos correios, uma vez que se precisa chegar a solução para a problemática levantada. O tipo de pesquisa trata-se de estudo de caso. O método de abordagem adotado para a realização da pesquisa foi o método indutivo, partindo de uma particularização para chegar à generalização. Foi utilizado o método de procedimento observacional. Para alcançar os objetivos propostos, foram aplicados 50 (cinquenta) questionários com clientes da agência dos Correios de Pimenta Bueno/RO, no período de 03/11/08 a 10/11/08, contendo 14 (quatorze) perguntas relacionadas aos serviços logísticos dos correios, que serão subdivididas em serviços de pré-transação, transação e pós-transação.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

A logística é ponto fundamental deste artigo. A Logística empresarial, na busca da otimização trata do nível que os serviços logísticos oferecidos, de tal forma que eles agreguem

valor para o cliente e ajudem na hora da escolha das empresas prestadoras de serviços logísticos. Com isso, trataremos sobre o assunto, utilizando referências para descrever os conceitos e aspectos pertinentes.

1.1 Logística

Historicamente, a logística tem sua origem nas organizações militares. Ela tinha a função de transportar, abastecer e alojar as tropas, garantindo que todas as operações ocorressem no lugar e hora certa. Andrade (2004, p. 1), diz que logística foi usado inicialmente, conforme definições do dicionário, para identificar as atividades militares de aquisição, transporte, estocagem e manutenção de materiais, equipamentos e pessoal. Nesse sentido, a palavra foi utilizada inicialmente pelos franceses – *logistique* – com origem no latim “*logisticus*” – relativo à razão. DIAS (*apud* MENDES 2000, p. 15) confirma dizendo que muitos conceitos logísticos usados hoje são provenientes da logística militar da Segunda Guerra Mundial, que infelizmente, somente depois de muito tempo é que esse exemplo militar conseguiu influenciar as atividades logísticas das empresas comerciais.

A logística empresarial evoluiu muito desde sua origem e para definir melhor como o termo é empregado atualmente, cito Novaes (2007, p. 35):

[...] Agrega valor de lugar, de tempo, de qualidade e de informação à cadeia produtiva. Além de agregar os quatro tipos de valores positivos para o consumidor final, a logística moderna procura também eliminar do processo tudo que não tenha valor para o cliente, ou seja, tudo que acarrete somente custos e perda de tempo. A logística envolve também elementos humanos, materiais (prédios, veículos, equipamentos, computadores), tecnológicos e de informação. Implica também a otimização dos recursos, pois se de um lado busca o aumento da eficiência e a melhoria dos níveis de serviço ao cliente, de outro, a competição no mercado obriga a uma redução contínua nos custos [...].

Novaes (2007, p. 35) adota ainda a definição do Council of Supply Chain Management Professionals Norte-Americano: “Logística é o processo de planejar, implementar e controlar de maneira eficiente o fluxo e a armazenagem de produtos, bem como os serviços e informações associadas, cobrindo desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o objetivo de atender aos requisitos do consumidor”.

Então, Logística é a junção de quatro atividades básicas: as de aquisição, movimentação, armazenagem e entrega de produtos. (JUNIOR; NETO, 2001)

A Moderna Logística procura incorporar: prazos previamente acertados e cumpridos integralmente, ao longo de toda a cadeia de suprimento; integração efetiva e sistêmica entre

todos os setores da empresa; integração efetiva e estreita (parcerias) com fornecedores e clientes; busca da otimização global, envolvendo a racionalização dos processos e a redução de custos em toda a cadeia de suprimento; satisfação plena do cliente, mantendo nível de serviço preestabelecido e adequado. (NOVAES, 2007, p. 37)

Para Cobra (1993, p. 317), “distribuição física e logística são expressões freqüentemente usadas como sinônimas de atividades associadas à eficácia do movimento de produtos acabados, desde a linha de produção até o consumidor”.

1.2 Logística Empresarial

As empresas passaram a desenvolver suas atividades de forma integrada e coordenada, buscando otimizar a eficiência e a eficácia, contribuindo para o sucesso do resultado empresarial. Com isso, reconhecem que a logística empresarial tem potencial para agregar valor tanto para os produtos como para os serviços.

Rodrigues et al. (*apud* FIGUEIREDO; ARKADER, 2004).

[...] inicialmente a logística foi aplicada de forma fragmentada buscando a melhoria do desempenho individual de cada uma das atividades básicas. Posteriormente, o avanço da TI e a adoção de um gerenciamento orientado para processos possibilitaram a idéia de logística integrada, e as atividades logísticas extrapolam as fronteiras da empresa na direção de toda a cadeia de suprimentos, agregando mais valor do produto ou serviço junto ao consumidor para, dentre outros objetivos, aumentar a lucratividade. Então, a implantação de um sistema logístico exige: planejamento, foco nas necessidades dos clientes, pessoal treinado e capacitado, utilização de tecnologia da informação adequada, previsões de demanda e aplicação sistemática de indicadores de desempenho [...].

A logística empresarial pode ser definida como o conjunto de atividades de compra, movimentação e armazenagem que definem os fluxos de produtos desde o ponto de aquisição da matéria-prima até o ponto de consumo final. A logística também engloba o estudo e definição dos fluxos de informações que colocam os produtos em movimento, com o propósito de providenciar níveis de serviço adequados aos clientes a um custo razoável. (ANDRADE, 2004, p.1).

Andrade (2004, p.1) identifica ainda as seguintes atividades primárias da logística empresarial, com os respectivos valores adicionados para os clientes:

1. Gerência de estoques: agrega o “valor tempo” ao produto, ou seja, coloca o produto disponível no momento da necessidade.
2. Gerência de transportes: agrega o “valor lugar” ao produto, ou seja, o produto é colocado no local onde é necessário.

3. Gerência de informações: agrega o “valor acompanhamento do processo” ao produto; trata-se da coleta, processamento e transmissão das informações relativas aos pedidos dos clientes, internos e externos, e de todas as informações sobre produção e despacho para os clientes.

Ballou (2008, p. 17), confirma que a logística empresarial pode prover melhor nível de rentabilidade nos serviços de distribuição aos clientes e consumidores, através de planejamento, organização e controle efetivo para as atividades de movimentação e armazenagem que virão facilitar o fluxo de produtos. Porém, Ballou afirma também que há uma série de atividades adicionais que apóiam as atividades primárias de transporte, manutenção de estoques e processamento de pedidos. São elas: armazenagem, manuseio de materiais, embalagem de proteção, obtenção, programação de produtos e manutenção de informações.

A figura abaixo relaciona as atividades logísticas primárias e de apoio e o nível de serviço.

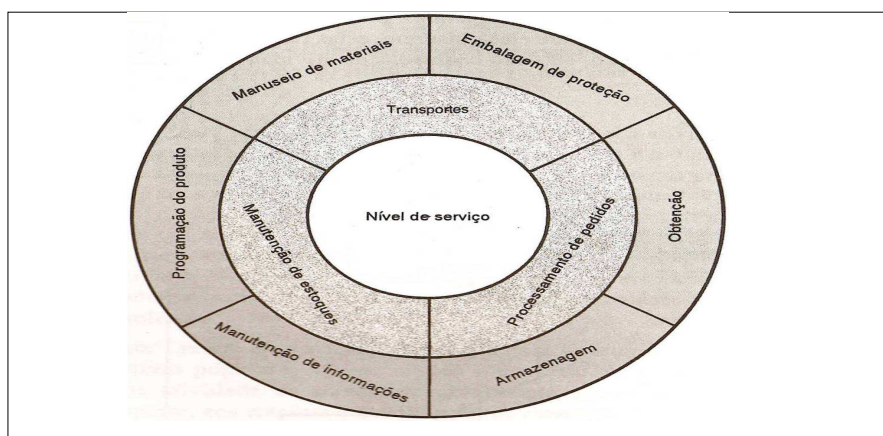


FIGURA 1 - Relação das atividades logísticas primárias e de apoio e o nível de serviço
Fonte (BALLOU, 2008, p.26)

O objetivo da logística empresarial é prover o cliente com os níveis de serviços desejados. A meta de nível de serviço logístico é providenciar bens ou serviços corretos, no lugar certo, no tempo exato e na condição desejada ao menor custo possível. A administração adequada de transporte, manutenção de estoques, processamento de pedidos e as atividades de apoio é que tornará isso possível. (Ballou, 2008, p.38).

Para que o sistema logístico seja corretamente implantado e atinja os objetivos planejados, alguns pontos precisam ser observados, segundo (JUNIOR; NETO, 2001):

- a) o sistema deve ser planejado para atender as necessidades dos clientes;
- b) o pessoal envolvido deve ser treinado e estar capacitado;

- c) devem ser definidos os níveis de serviços a serem oferecidos;
- d) a segmentação dos serviços deve dar-se de acordo com os requisitos de serviços dos clientes e com a lucratividade de cada segmento;
- e) é necessária a utilização de tecnologia de informação para integrar as operações;
- f) consistentes previsões de demanda e a percepção do seu comportamento;
- g) indicadores de desempenho que garantam que os objetivos sejam alcançados.

A eficiência na administração da logística empresarial agrega valor competitivo para a empresa. Ela proporciona aos clientes os níveis de serviços que eles desejam, principalmente através da integração das atividades logísticas.

1.3 Nível de Serviço Logístico

A escolha dos clientes por determinado serviço leva em consideração o nível que este serviço é oferecido. A prestadora de serviços logísticos deverá satisfazer as necessidades de seus clientes com diferencial, agregando valor a seus serviços. Por isso a importância de manter um alto nível nos serviços que são oferecidos.

Para Ballou (2008, p.73), nível de serviço logístico é a qualidade com que o fluxo de bens e serviços é gerenciado. É fator-chave do conjunto de valores logístico que as empresas oferecem a seus clientes para assegurar sua fidelidade. Ele listou os elementos do nível de serviço:

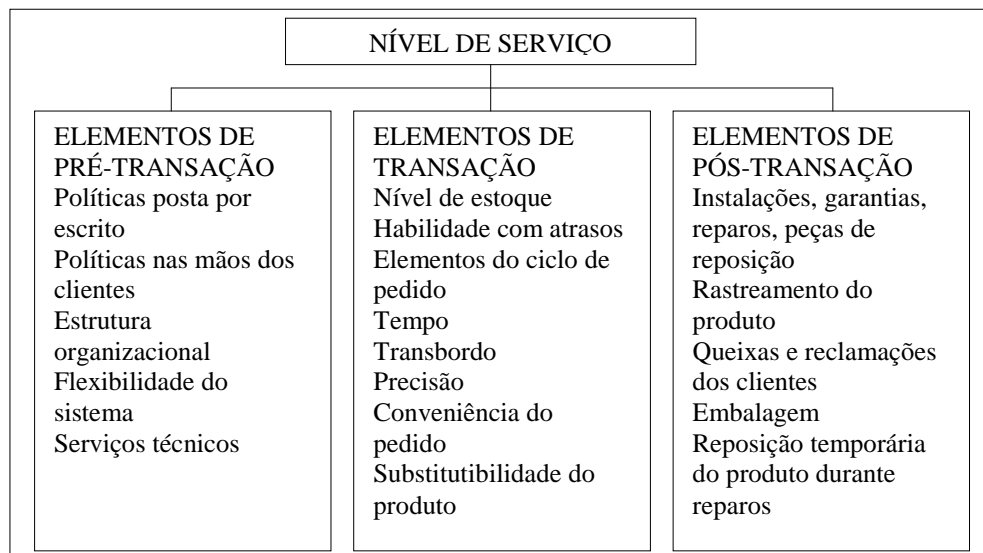


FIGURA 2 – Nível de Serviço
 Fonte (BALLOU, 2008 p. 75).

Na pré-transação estabelecem a política do nível de serviço que a empresa deve seguir, tais como quando mercadorias devem ser entregues após colocação de um pedido, procedimentos para tratar de devoluções ou faltas e métodos de despachos, deixando claro aos

clientes o que eles podem esperar do serviço oferecido. Os elementos de transação são os resultados obtidos com a entrega do produto ao cliente, influenciando tempos de entrega, exatidão do preenchimento de ordens, condição das mercadorias na recepção do cliente e disponibilidade de estoque. Os elementos de pós-transação definem como deve ser feito o atendimento dos clientes em relação a devoluções, solicitações, reclamações e providências sobre retorno de embalagens. O nível de serviço compreende a soma de todas estas três categorias de elementos, pois os clientes, geralmente, reagem ao conjunto e não a um elemento em específico. (BALLOU, 2008, p. 75)

Giacobo e Ceretta (2003), estabelece novos níveis de serviços como: prazo de execução e confiabilidade; tempo de processamento de tarefas; disponibilidade de pessoal e de equipamentos; facilidade em sanar erros e falhas; agilidade e precisão em fornecer informações sobre os serviços em processamento; agilidade e precisão no rastreamento de cargas em processamento ou em trânsito; agilidade no atendimento de reclamações e no encaminhamento de soluções; estrutura tarifária fácil de entender e simples de aplicar.

Ainda para Giacobo e Ceretta (*apud* BOWERSOX E CLOSS, 2001); (*apud* WOOD et al., 1999):

Bowersox e Closs (2001), o objetivo central da logística é o de atingir um nível de serviço ao cliente pelo menor custo total possível buscando oferecer capacidades logísticas alternativas com ênfase na flexibilidade, na agilidade, no controle operacional e no compromisso de atingir um nível de desempenho que implique um serviço perfeito. Wood et al. (1999) descrevem que o serviço ao cliente é o conjunto de atividades desenvolvidas pela empresa na busca da satisfação dos clientes, proporcionando ao mesmo tempo, uma percepção de que a empresa pode ser um ótimo parceiro comercial.

É necessário administrar o nível de serviço e estabelecer patamares de atividades logísticas de forma que proporcionem o nível de serviço logístico planejado, sendo importante identificar os elementos-chave que determinam o mesmo. É preciso determinar as necessidades dos clientes e como elas podem ser medidas para, após, fixar os padrões de nível de serviço e planejar serviços extraordinários. (GIACOBO; CERETTA, 2003)

Alvarenga e Novaes (2000, p. 629) também estabelecem, nível de serviço como um conjunto de atributos, relacionados com variáveis diversas, que é constituído pelos seguintes fatores principais: prazo de entrega, grau de avarias e defeitos, nível de extravios e reclamações.

[...] As medidas ou indicadores logísticos relevantes são as ferramentas-chaves do sistema de controle, permitindo ações e decisões coerentes e orientadas para a estratégia. A base de medidas eficazes é uma análise de fatores de sucesso para um produto ou passo de um processo. Medidas apropriadas para a competição global de

hoje medem mais que indicadores de produtividade tradicionais e incluem indicadores de utilização e desempenho. Os indicadores de utilização concentram-se na frequência com que os meios são disponibilizados para a logística. Os indicadores de desempenho medem atividades comparadas a objetivos ou padrões definidos [...] Alvarenga e Novaes (2000, p. 629).

Essas medidas, descritas acima, podem medir o nível de eficiência das funções gerenciais envolvidas – em particular, qualidade, organização e custos; adaptabilidade às necessidades dos clientes, o que envolve a medição de desempenho da organização ao lidar com a demanda imprevisível do cliente e adaptabilidade às necessidades de mercado, ou desempenho relativo às incertezas no mercado. Os dados de desempenho permitem a previsão e reduzem as incertezas, determinam as alavancas que ajudarão a atingir os objetivos e identificam as ações prioritárias a serem implementadas, revelam do grau de flexibilidade da organização e quão variáveis são seus custos, o conjunto de indicadores é uma ferramenta dinâmica, que deve refletir o comportamento da organização; e liderança, mobilização e gerenciamento de pessoal. Alvarenga e Novaes, (2000, p. 629),

Quando se terceiriza as operações logísticas, deve-se desenvolver e monitorar indicadores de desempenho (por exemplo, a qualidade do serviço, a quantidade de operações e o custo da operação). O objetivo da medida de desempenho é a melhoria contínua do desempenho da empresa de serviços. A empresa de logística terceirizada e a empresa que requer os serviços devem projetar incentivos para gerar sinergia. A maior parte dos problemas que surgem entre provedores terceirizados e seus clientes derivam de uma falta de comunicação ou conflito entre os objetivos, que resultam em falhas. O ponto crítico é ser capaz de definir medidas que irão capturar o valor adicionado pelo operador logístico e assim eliminar os atritos. (ALVARENGA; NOVAES, 2000, p. 642).

O bom desempenho dos serviços logísticos está diretamente ligado ao ganho de competitividade. Ganga et al. (*apud* LAMBERT, 1993); (*apud* BOWERSOX E CLOSS, 1996):

“Segundo Lambert (1993) o serviço ao cliente é a maneira mais eficaz para a manutenção de um diferencial competitivo duradouro, de difícil benchmarking por parte da concorrência. Manter-se competitivo pressupõe responder questões acerca da importância e consistência do serviço ao cliente, e em relação à percepção desse cliente e as perspectivas desse mercado, atentando para o posicionamento em relação aos concorrentes e o nível de serviço mais adequado a realidade do cliente segmentado. O serviço ao cliente, como forma de se agregar valor ao produto, constitui então importante papel na definição da estratégia competitiva das empresas (BOWERSOX e CLOSS, 1996)”.

São considerados primordiais para os clientes os seguintes elementos do serviço: correção do envio; precisão na data de entrega, constância do prazo de entrega; aviso de

atraso na entrega; atendimento de reclamações; prazo de entrega para encomendas urgentes; informação sobre o estado da encomenda; estado dos bens e correção da documentação. (FERREIRA, 2007).

Ballou, (2008, p. 83) confirma dizendo que são priorizados os seguintes elementos oferecidos no serviço logístico, respectivamente por ordem de importância: 1º Tempo médio de entrega; 2º Variabilidade do tempo de entrega; 3º Informações sobre o andamento do pedido; 4º Serviços de urgência; 5º Métodos para emissão de ordens; 6º Resolução de Queixas; 7º Exatidão no preenchimento de pedidos; 8º Políticas para devolução; 9º Procedimentos de cobrança.

Na definição do nível de serviço logístico que uma empresa pretende oferecer a seus clientes, as seguintes perguntas devem ser respondidas, conforme Andrade (2004, p.13):

1. Que nível de serviço espera nossos clientes atuais e potenciais?
2. Que nível de serviço pode-se oferecer ao mercado, tendo em vista nossa competência?
3. Qual a situação de nosso atual nível de serviço face às respostas às questões anteriores?
4. Qual é a situação concreta de nosso nível atual de serviço frente aos nossos concorrentes?

O nível de serviço é entendido como características de preço, qualidade e serviço, e é formado por fatores individuais, sob a responsabilidade das atividades logísticas que são consideradas com graus de importância diferentes conforme a atividade principal da empresa. As prioridades dos clientes é que determinam os indicadores de desempenho dos níveis de serviço.

2 Caracterização da Empresa

A Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos tem uma estrutura capaz de cobrir os 5.561 municípios brasileiros para desenvolver a operação de coleta e entrega de 3.541 toneladas de correspondências e encomendas diariamente, os Correios utilizam uma rede intermodal - aéreo e superfície - para percorrer 813.000 km por dia e fazer chegar aos 41 milhões de domicílios 32 bilhões de objetos e 400 mil encomendas. Sua estrutura é composta por 51.000 carteiros, 110.000 funcionários, 12.520 agências, 11 terminais de carga, 104 centros de tratamento de correspondências (CTC's), 707 Centros de Distribuição Domiciliar

(CDD's), 4.435 módulos de caixa postal comunitária, 12.000 agências comunitárias, 14.000 pontos de venda e 27.000 caixas de coleta de correspondências.

Em seu fluxo postal, depois de coletadas nas agências, nas caixas de coleta e nos computadores, as correspondências passam pela primeira triagem nos CTC's dos locais de origem. Então são encaminhadas para outra triagem nos CTC's dos locais de destino que as encaminha aos CDD's que são responsáveis pela entrega aos destinatários por meio de carteiros a pé, de bicicleta, de moto ou de carro, dependendo da densidade de domicílios nos pontos de entrega.

Entre as agências dos Correios, está a de Pimenta Bueno/RO. Até novembro de 2008, o quadro de pessoal, conta com vinte e dois funcionários, divididos entre as funções de atendente, carteiro, tesoureiro, supervisor e gerente. Possui cinco guichês de atendimentos e sete setores de distribuição de correspondência. Possui como veículos, uma Kombi, dez bicicletas e cinco motos. Tem um volume diário de aproximadamente quatro mil objetos que dão entrada na agência para serem entregues no município. Além de uma média de duzentos atendimentos por dia, entre serviços bancários e de postagens.

3 Análise dos Resultados

Em busca dos dados para avaliação dos níveis de serviço logísticos dos Correios, aplicou-se questionário com cinquenta clientes da agência dos Correios de Pimenta Bueno/RO, no período de 03/11/08 a 10/11/08, visando obter respostas que iriam subsidiar o alcance dos objetivos. O questionário contou com quatorze perguntas que iam em direção ao estudo deste artigo, os níveis de serviço logísticos, que são classificados através dos seus elementos de pré-transação, transação e pós-transação do produto. A avaliação foi sobre a perspectiva dos serviços realizados.

3.1 Elementos de Pré-Transação

Os elementos de pré-transação são principalmente aqueles relacionados ao conhecimento dos procedimentos, ao ambiente, as políticas e os sistemas técnicos que proporcionem ao cliente saber o que pode esperar do serviço.

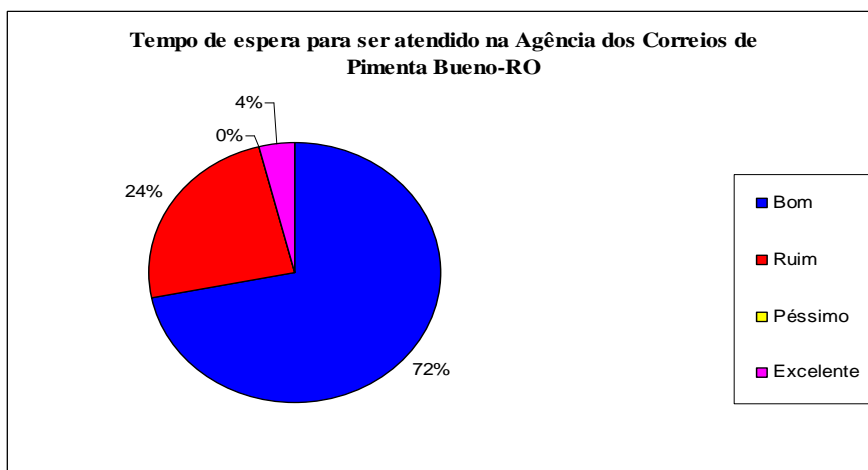


Figura 03 - Tempo de espera para ser atendido na agência dos Correios de P.Bueno/RO
Fonte: Elaborada pela autora

A respeito do tempo de espera para ser atendido na agência dos Correios de Pimenta Bueno/RO. No levantamento das respostas ficou observado que 72% das pessoas que responderam o questionário consideram bom o tempo para ser atendido contra 24% ruim e 4%, excelente.

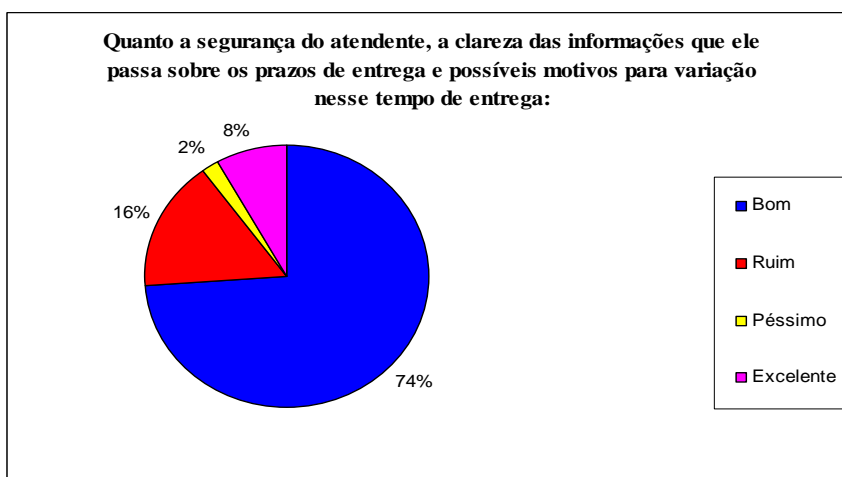


Figura 04 – Segurança, clareza e determinação de prazos pelo o atendente.
Fonte: Elaborada pela autora

A segurança do atendente, a clareza das informações que ele passa sobre os prazos de entrega e possíveis motivos para variação nesse tempo de entrega. Ficou demonstrado que 74% consideram como bom, 16% ruim, 2% péssimo e 8% como excelente. Isso mostra que os atendentes têm domínio sobre o processo e que passam esse domínio aos clientes.

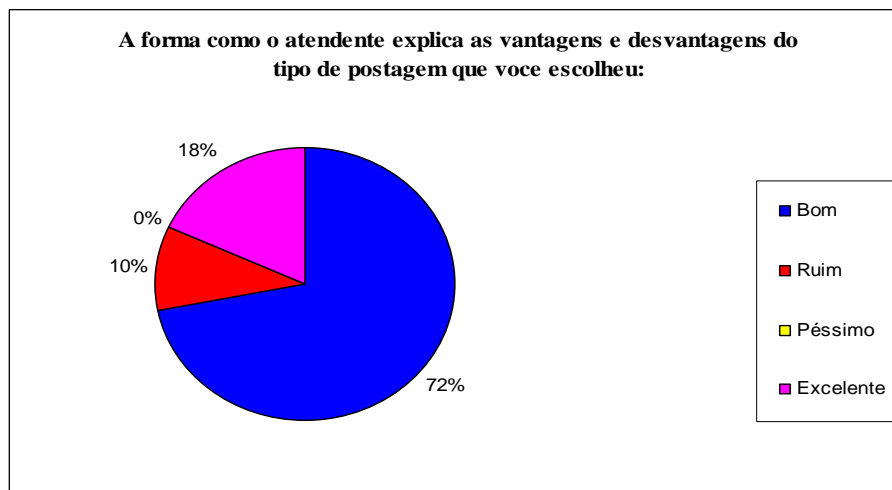


Figura 05 – Forma como o atendente explica as vantagens e desvantagens dos tipos de postagem.
Fonte: Elaborada pela autora

Também como elemento de Pré-Transação, está a forma como o atendente explica as vantagens e desvantagens dos tipos de postagem. Como bom 72%, 10% como ruim e 18% como excelente. O aumento na porcentagem dos que consideram o elemento como excelente 18% estabelece junto com os 72% que acham bom um total de 90% dos clientes que estão satisfeitos com as explicações dos atendentes.

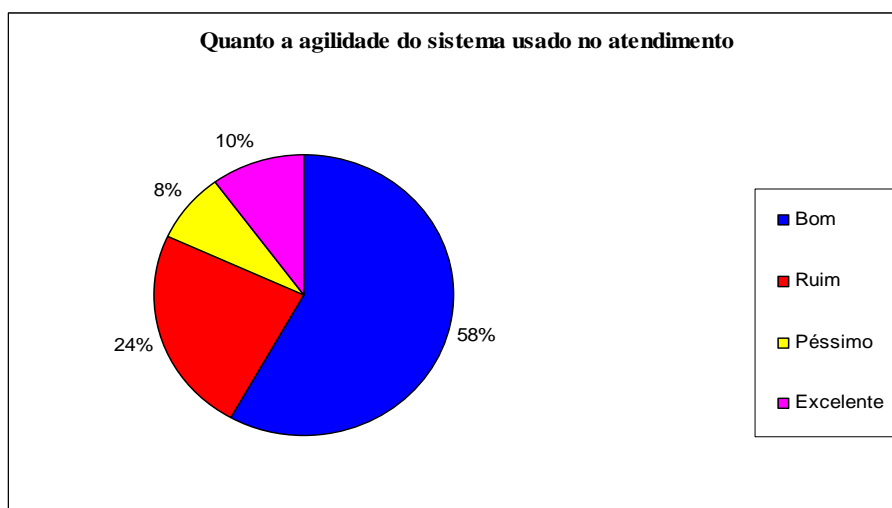


Figura 06 – Agilidade do sistema usado no atendimento
Fonte: Elaborada pela autora

A respeito da agilidade do sistema usado no atendimento. Das respostas 58% classificam como bom, 24% como ruim, 8% como péssimo e 10% excelente. Mostra-se uma redução significativa no nível de serviço deste elemento agilidade no sistema de atendimento. Pois na proporção que diminuiu os que vinham considerando como bom houve o aumentou dos que avaliaram como ruim esta questão.

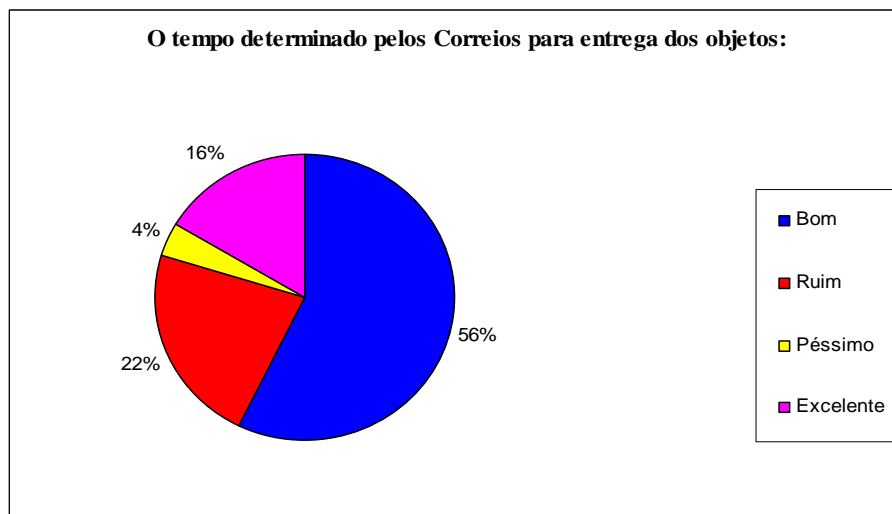


Figura 07 - Tempo determinado pelos Correios para entrega dos objetos
Fonte: Elaborada pela autora

Consideram o tempo determinado pelos Correios para entrega dos objetos: 56 % bom, 22% como ruim, 4% péssimo e 16% excelente.

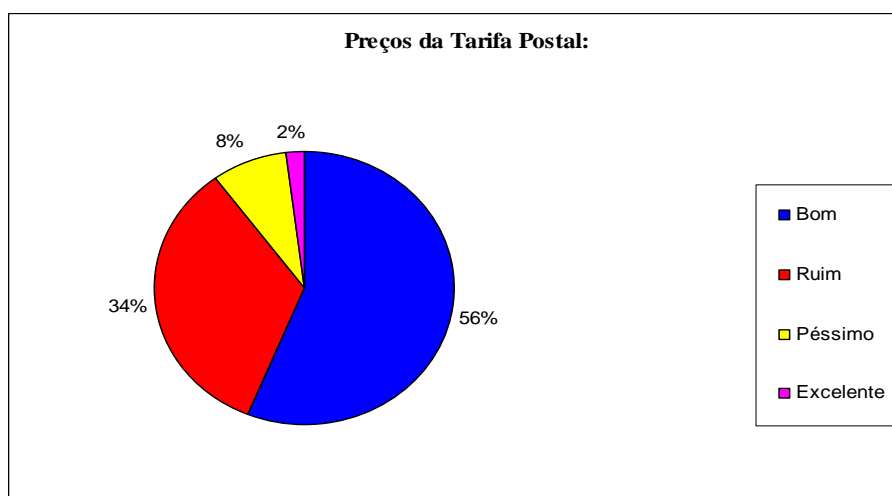


Figura 08 – Preços da tarifa Postal
Fonte: Elaborada pela autora

O último elemento de pré-transação dos níveis de serviço logístico dos Correios são os preços de forma geral da tarifa postal. Ficando assim: bom 56%, ruim 34%, péssimo 8%, e excelente 2%. O grande número de clientes insatisfeito mostra a necessidade de uma reavaliação no que está sendo oferecido e o que está sendo cobrado por isso.

Observou-se que apesar de todos os elementos de pré-transação terem sido avaliados como bons, não se obteve em nenhuma questão o grau de excelência, tão trabalhado pela Qualidade Total dos Correios.

3.2 Elementos de Transação

Os elementos de transação são aqueles diretamente ligados ao resultado obtido com a entrega do produto ao cliente. Para a avaliação, foram considerados elementos importantes para os níveis de serviço logístico dos Correios, o respeito aos prazos estabelecidos, as condições e a segurança do objeto que é transportado pelos correios.

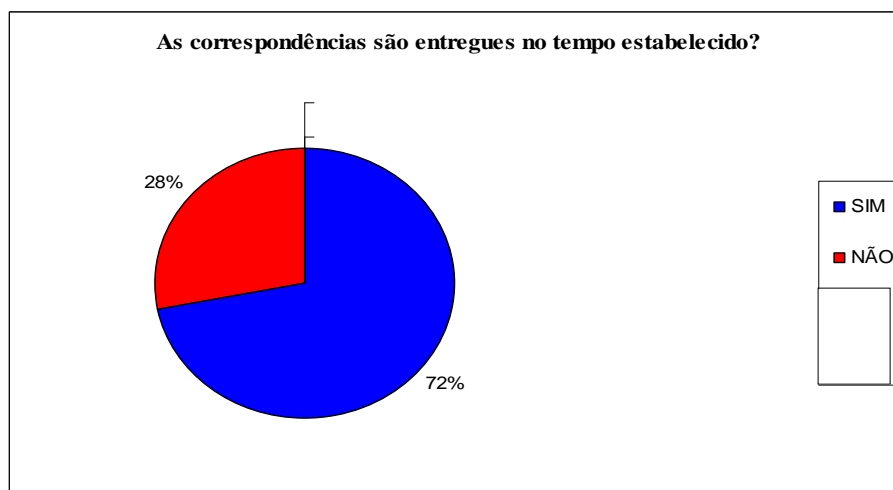


Figura 09 - Entrega das correspondências no tempo estabelecido

Fonte: Elaborada pela autora

A questão “suas correspondências são entregues a você em tempo preciso”, ou seja, obedece ao tempo estabelecido? Responderam Sim, 72% dos entrevistados. Os 28% que dizem não receber as correspondências no tempo estabelecido, pode ser considerado elemento de transação de grande desvantagem nos níveis de serviço logísticos, pois o respeito ao tempo de entrega que foi informado ao cliente é essencial e só é descumprida, na maioria das vezes, por falta de planejamento da entrega ou a informação incorreta do prazo, o que torna 28% um número muito significativo.

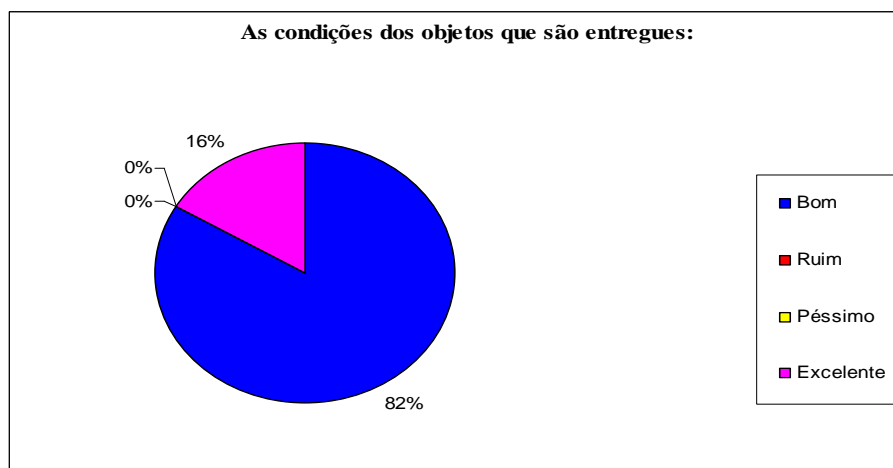


Figura 10 – Condições dos objetos entregues

Fonte: Elaborada pela autora

O gráfico acima mostra o nível de satisfação quanto às condições dos objetos que são entregues aos clientes, 82% das pessoas que responderam o questionário acham boas, e 16% excelentes. Vê-se o maior elemento de vantagem na transação dos níveis de serviço logísticos dos Correios. Todos os clientes mostram-se satisfeitos.

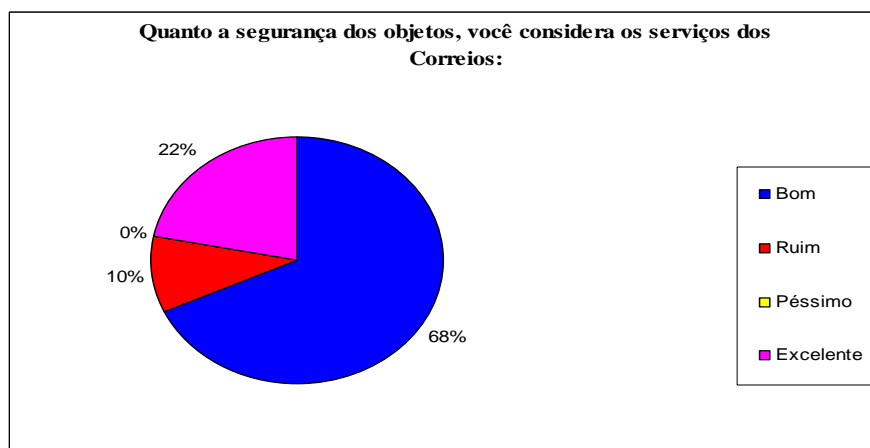


Figura 11 - Segurança dos Objetos

Fonte: Elaborada pela autora

Quanto à segurança dos objetos que são transportados pelos correios mantêm-se 68% bom, 10% ruim e 22% excelente.

Os elementos de transação foram os melhores avaliados na opinião dos clientes da agência dos correios de Pimenta Bueno/RO.

3.3 Elementos de Pós-Transação

Os elementos de pós-transação considerados fundamentais para os níveis de serviço logísticos dos Correios é o rastreamento do objeto, atendimento das queixas e reclamações dos clientes e o 0800 do SAC, serviço de atendimento ao consumidor, dos Correios.

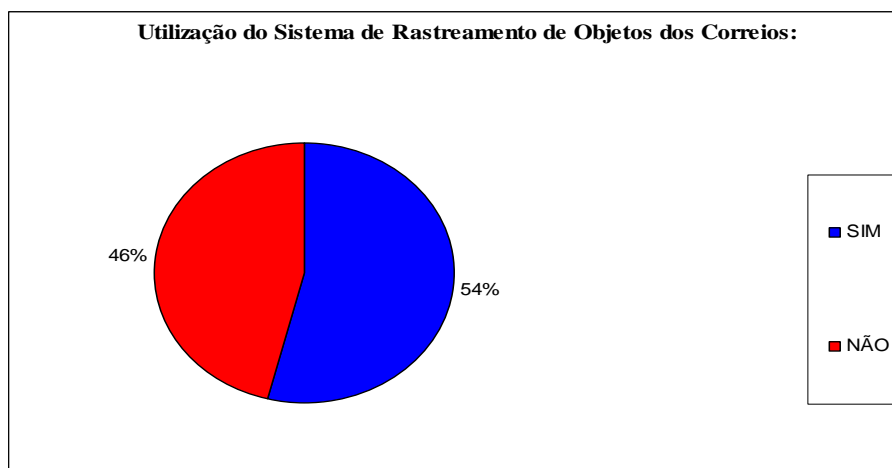


Figura 12 – Utilização do Sistema de Rastreamento de Objetos

Fonte: Elaborada pela autora

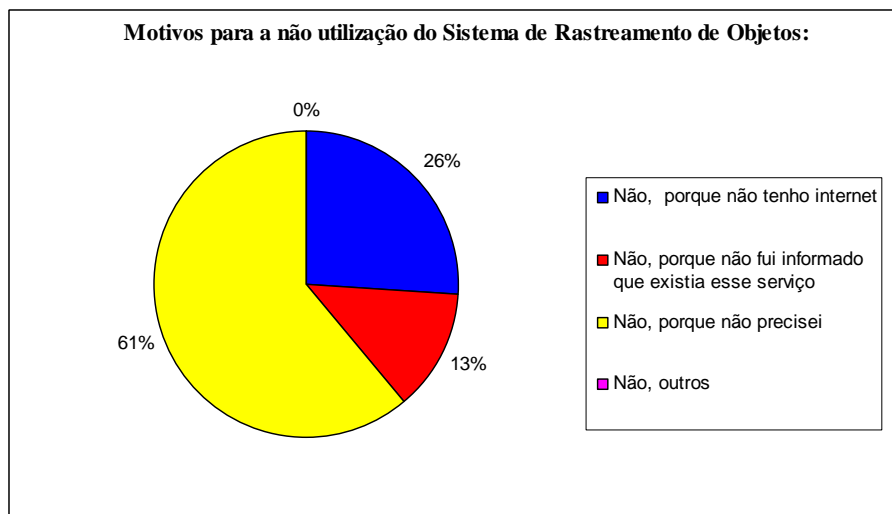


Figura 13 – Motivos para a não utilização do Sistema de Rastreamento de Objetos.
Fonte: Elaborada pela autora

Quanto ao uso do rastreamento, 54% responderam já ter usado e 46%, não. Entre os que não usaram 26% é por não ter internet, 13% por não ser informado que existia o serviço e 61% por não ter precisado rastrear. O fato de 61% considerarem não precisar rastrear é resultado da confiabilidade que a Empresa Brasileira de Correios exerce sobre seus clientes, quanto à entrega do seu produto.

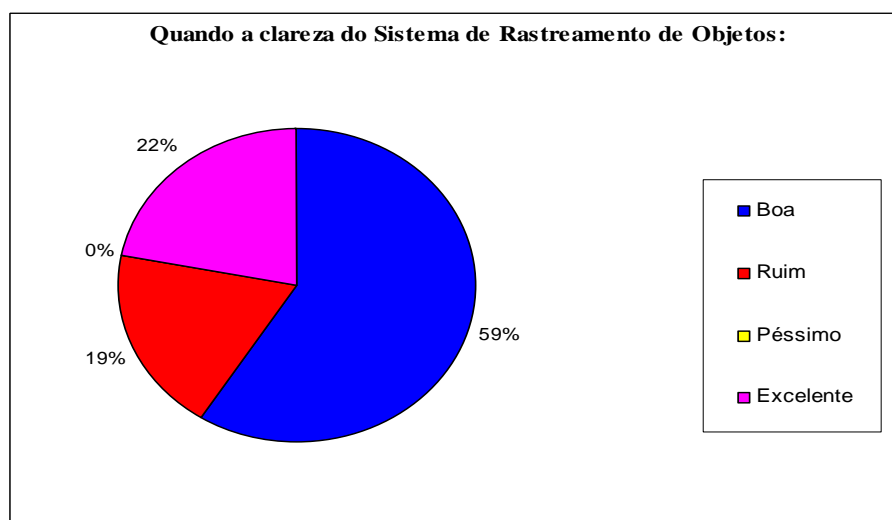


Figura 14 – Clareza do Sistema de Rastreamento de Objetos
Fonte: Elaborada pela autora

Quanto à clareza dos dados fornecidos no sistema de rastreamento de objetivos foi considerado bom para 59%, 19% ruim, 22% excelente. Concluindo que o sistema é entendido pelos clientes.

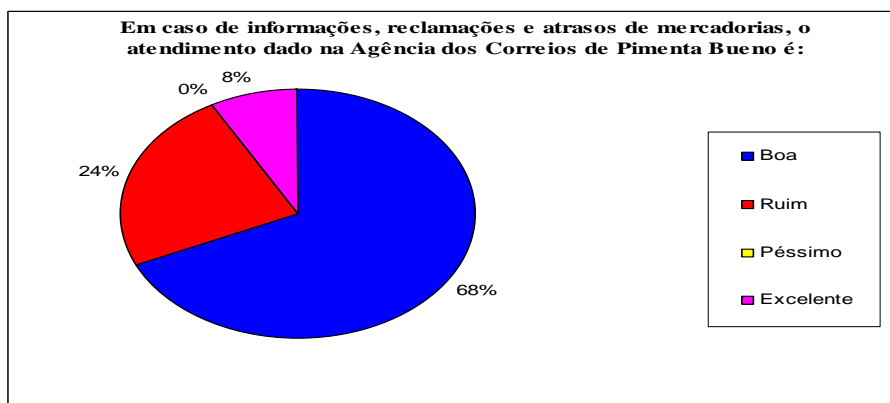


Figura 15 – Atendimento dado na Agência de Pimenta Bueno em caso de reclamações e informações
Fonte: Elaborada pela autora

Em caso de informações, reclamações e atrasos das mercadorias, o atendimento dado na agência dos Correios de Pimenta Bueno é 68% bom, 24% ruim e 8% excelente, segundo os clientes do município.

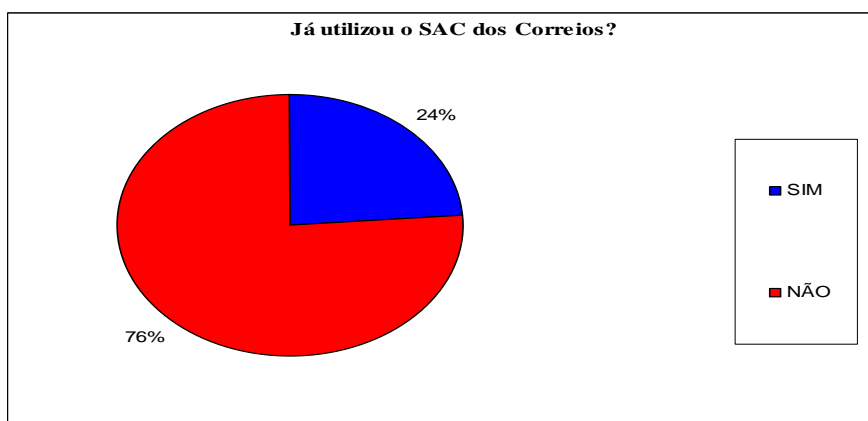


Figura 16 – Utilização do SAC
Fonte: Elaborada pela autora

O 0800 dos Correios, Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) dos Correios, já havia sido utilizado por 24% e 76% não utilizaram. O fato de 76% não ter utilizado pode ser considerado um dado positivo, pois os clientes não estão tendo dificuldades para compreender o fluxo logístico de seu objeto.

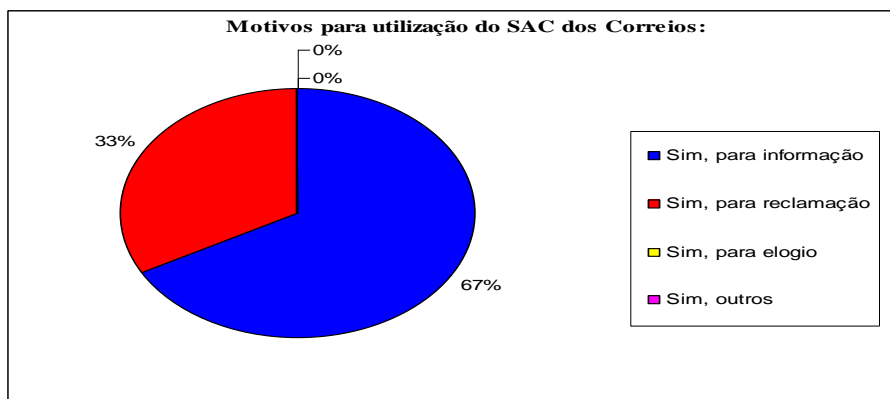


Figura 17 – Motivos para a utilização do SAC
Fonte: Elaborada pela autora

Entre as pessoas que utilizaram o SAC, 33% fizeram uma reclamação e 67% para informação.

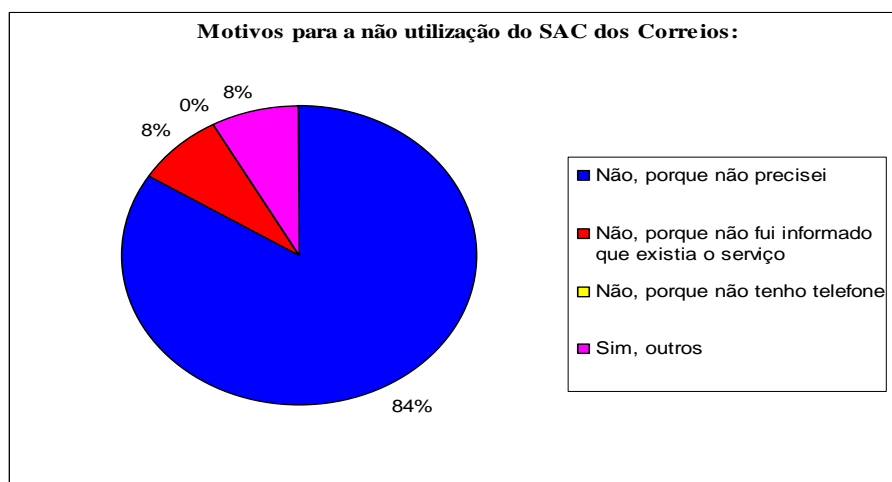


Figura 18 – Motivos para a não utilização do SAC
Fonte: Elaborada pela autora

Já as pessoas que não haviam usado o SAC, 8% é por não ter sido informado que existia o serviço, 84% por não ter precisado e 8% por outros motivos que não foram especificados. O dado apresentado com esta questão, onde 84% não precisaram usar o 0800, ou seja, o SAC torna-se visível que os outros elementos dos níveis de serviço logístico dos Correios, nos processos de pré-transação e transação estão sendo bem executados, mantendo o bom fluxo do produto.

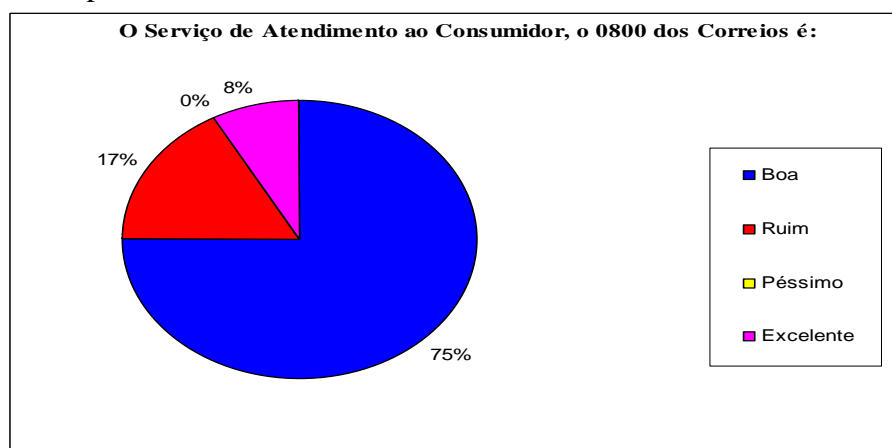


Figura 19 – Avaliação do SAC
Fonte: Elaborada pela autora

A avaliação dada ao SAC foi 75% das pessoas que consideram como bom serviço, contra 17% que acham ruim e 8% excelente.

Os elementos de pós-transação obtiveram em todos os elementos avaliados o nível bom, mostrando a satisfação dos clientes, porém o número de clientes que consideram ruim deve ser considerado e trabalhado para sua redução desse percentual.

3 Considerações Finais

Sendo a logística de fundamental importância para a competitividade das empresas, tanto no fluxo do produto, como no auxílio de tomada de decisão, é imprescindível que se avalie o nível de serviço logístico oferecido pelos Correios.

Os processos de transição do produto: a pré-transação, a transação e a pós-transação precisam ser gerenciadas para que nenhuma falha aconteça nos elementos que os compõem comprometendo o fluxo.

Avaliando o nível de serviço logístico, segundo o que pensam os usuários dos serviços, chega-se aos elementos que estão trazendo vantagens e quais são desvantagens.

A pré-transação deve deixar claro aos clientes o que ele pode esperar com o serviço escolhido. Na pesquisa, ficou constatado que a pré-transação dos elementos do nível de serviço logístico dos Correios é de nível bom em relação aos aspectos avaliados na agência dos Correios de Pimenta Bueno/RO, que foram: tempo de espera, domínio do atendente perante o serviço que está oferecendo, agilidade do sistema do atendimento, tempo de entrega e preço.

A transação cumprirá tudo que foi estabelecido na pré-transação, ela é a indispensável ao processo, por isso é essencial uma maior administração dessa parte do processo. No processo de transação do serviço, o nível considerado pelos clientes é bom, porém um aumento no percentual de excelente foi observado nos elementos que diziam respeito ao cumprimento de prazos de entrega, avarias nos objetos entregues e a segurança do produto.

A pós-transação é fundamental para se fidelizar o cliente e torná-lo satisfeito. Também é de nível bom. Foram avaliados: o serviço de atendimento ao consumidor (SAC), o sistema de rastreamento de objetos postados e o trato com reclamações na agência de Pimenta Bueno/RO. Verificou-se, ainda nessa parte do processo, que muitas pessoas não utilizam esses serviços.

Os conceitos necessários foram abordados de forma sintética, visando auxiliar o entendimento das práticas logísticas aqui estudadas.

Os objetivos do presente trabalho foram alcançados, pois foram avaliados os níveis de serviço logísticos essenciais dos Correios, dividindo-os em elementos de pré-transação, transação e pós-transação, localizando as principais satisfações e insatisfações dos clientes.

Ao fim da pesquisa constatou que nenhum dos elementos avaliados conseguiram grau de excelência pela maioria dos questionados, o que mostra que ainda pode-se trabalhar mais a diferenciação pela qualidade. Observou-se, também que nenhum serviço foi avaliado como

ruim ou péssimo pela maioria, porém obteve-se porcentagem muito alta de insatisfações, algo preocupante no mercado competitivo. É preciso amenizar tal questão, investindo na resolução da problemática, para evitar que se perca ou se tenha clientes insatisfeitos.

Todos os elementos logísticos aqui verificados são considerados essenciais para o fluxo da prestadora de serviço logístico em questão, os Correios, principalmente para a agência de Pimenta Bueno, onde se verificou com a conclusão deste artigo que o nível de serviço logístico é bom.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Antonio Carlos; NOVAES, Antonio Galvão. **Logística aplicada: suprimento e distribuição física**. 3ª ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

ANDRADE, Eduardo Leopoldino de. **Logística empresarial**. Capítulo 1. doc jun 2004. Disponível em:

<<http://hermes.ucs.br/carvi/cent/dpei/odgracio/ensino/Material%20de%20Apoio/Log%EDstica%20empresarial.pdf>> Acesso: 01 de out. 2008.

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**. 1. ed. São Paulo: Atrás, 2008.

COBRA, Marcos. **Marketing competitivo**. São Paulo: Atlas. 1993.

DIAS, Betovem. **Logística militar: berço da logística empresarial**. Universidade Federal de Santa Catarina/Centro Sócio-Econômico/Departamento de Administração/Administração de Materiais I. 2005. Disponível em: <<http://www.www.guialog.com.br/Y626.htm>>. Acesso em 30 de out. 2008.

DORNIER, Philippe-Pierre [et al.]. **Logística e operações globais**. São Paulo: Atlas, 2000.

FERREIRA, José Vasconcelos. **Distribuição e logística: serviço ao cliente**. Portugal, 2007. Disponível em: www2.egi.ua.pt/cursos/files/DL/Serviço%20ao%20Cliente.pdf. Acesso: 30 de set. 2008

GANGA, Gilberto Miller Devós [et al.]. **Medindo o desempenho logístico: a perspectiva do nível de serviço logístico**. Disponível em: <<http://www.hominiss.com.br>>. Acesso em: 03 de out. 2008.

GIACOBO, Fabiano; CERETTA, Paulo Sérgio. **Planejamento logístico: uma ferramenta para o aprimoramento do nível de serviço**. 2003. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br>>. Acesso em 03 de out. 2008.

GURGEL, Floriano C. A. **Administração dos fluxos de matérias e de produtos**. São Paulo: Atlas. 1996.

NETO; Francisco Ferraes; JUNIOR, Maurício Kuehne. **Logística empresarial**. Coleção Gestão Empresarial. 2001. Disponível em: <<http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/empresarial/4.pdf>>. Acesso em 29 de set. 2008

NOVAES, Antônio Galvão. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**. Rio de Janeiro: Elsevier. 2007.

RODRIGUES, Edna de Almeida [et al]. **As especificidades da logística integrada dos Correios: um estudo de caso**. 2004. Disponível em: <<http://www.fav.br/programasinst/Revistas/revistas2007/cienciasgerenciais2007>>. Acesso em 01 de out. 2008.

APÊNDICE

